

0d90f61e8af4/WP1218.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKS
PACEff056d6a-8781-426e-bb5c-0d90f61e8af4.

2. Google Trends [Електронний ресурс] — Режим доступу:
<https://www.google.com.ua/trends/>.

3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] —
Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Скіцько В. І.

к.е.н., доцент

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»*

РИЗИКИ ІНФОРМАЦІЙНО-МЕРЕЖЕВОЇ ЕКОНОМІКИ

Сучасний етап розвитку суспільства та економіки характеризується глобалізацією, рушійними силами якої є інформаційно-комунікаційні засоби та технології (завдяки яким обмін інформацією став майже миттєвим), сучасний транспорт (завдяки якому значно скоротився час фізичного переміщення об'єктів) тощо. Глобалізація для звичайної людини проявляється, наприклад, в наступному. Наразі особа, яка має доступ до Інтернету, може зайти на сайт Інтернет-магазину, який знаходиться в іншій Земній півкулі, замовити деякий товар, оплатити одразу на сайті покупку та отримати замовлений товар через пару тижнів. Здійснення такого процесу покупки товару вимагає чітко скоординованої роботи усіх учасників логістичного ланцюга (від виробника сировини до кур'єра логістичного оператора, який доставляє замовлення покупцю), що у свою чергу потребує оперативного обміну актуальною інформацією між ними.

Для нової економіки (інформаційно-мережевої економіки, електронної економіки, цифрової економіки, Інтернет-економіки) наразі перспективною є концепція її розвитку «Індустрія 4.0», основу якої складають низка інновацій. Розвиток та використання інновацій зумовлює виникнення різних ризиків. Значимість врахування ризиків у прийнятті управлінських рішень з кожним роком зростає, це підтверджується, зокрема, наявністю в університетах Світу спеціальності «Ризик-менеджмент»; функціонуванням різних організацій професіоналів, які розробляють та впроваджують актуальні нормативні документи щодо управління ризиками; публікуванню провідними аудиторськими та страховими компаніями повідомлень та звітів щодо актуальної ситуації з управління ризиками для ознайомлення

широкого загалу; бажанням дедалі більшої кількості компаній мати у штаті не лише окремих спеціалістів із ризик-менеджменту, а й відповідні окремі відділи тощо.

В умовах нової економіки за версією щорічника [1] фахівці вважають, що основні глобальні ризики, пов'язані із порушеннями протікання бізнес-процесів, в тому числі логістичних ланцюгів постачання, а значимість кібернетичних ризиків, які пов'язані із кіберзлочинністю, збоями у роботі інформаційних систем та технологій апаратного та програмного характеру, шпигунством, збоями даних тощо зростає з року в рік. Тому існуючі найкращі практики логістичного та інформаційного ризик-менеджменту, різні державні та галузеві стандарти та методики [2, 3], можуть бути основою ризик-менеджменту в Індустрії 4.0. Широке та стрімке поширення інформаційно-комунікаційних засобів та технологій зумовлює те, що за пару років кібернетичні ризики можуть стати основними ризиками нової економіки.

Не дивлячись на свою інноваційність, кібернетичні ризики вже наразі мають власний інструментарій аналізу, оцінювання, моделювання та управління. І хоча науковці та професіонали зауважують, що через необхідність врахування великої кількості мінливих характеристик, сукупність яких також постійно змінюється, досить складно побудувати математичну модель оцінки таких ризиків, проте існує низка моделей, які використовуються в управлінні ними. Зокрема, це імітаційна модель обробки ризиків інформаційної безпеки на основі розфарбованої мережі Петрі; модель виявлення вразливостей у процесі експлуатації інформаційної системи підприємства з використанням ділових ігор; інкрементна модель побудови системи забезпечення інформаційної безпеки тощо [4].

Перспективними і таким, що в цілому відображають тенденцію розвитку ризиків нової економіки є дослідження інформаційних ризиків в логістичних ланцюгах постачання. Існує різноманітний інструментарій математичного моделювання, який можна використати для моделювання таких ризиків. Зокрема, однією із концепцій, яку можна застосувати у вирішенні проблем прийняття рішень в логістичних ланцюгах постачання, що обтяжені, зокрема, інформаційним ризиком, може бути концепція теорії гри. В межах цієї концепції виокремлюють низку інформаційних ситуацій, які характеризуються ступенем невизначеності щодо перебування економічного середовища в одному зі своїх можливих станів у момент прийняття суб'єктом управління рішення. Залежно від інформаційної ситуації можуть використовуватись різні критерії прийняття рішень в управлінні процесом функціонуван-

ня логістичного ланцюга постачання. Інформаційні ризики логістичних ланцюгів постачання (логістичних систем) займають дедалі більшу частку серед інших видів ризиків. Тому необхідно уміти виявляти їх джерела, оцінювати, моделювати та управляти ними, що частково було досліджено, зокрема в [2, 3].

Список використаних джерел

1. Allianz Risk Barometer 2016 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.agcs.allianz.com/assets/PDFs/Reports/Allianz Risk Barometer 2016.pdf/](http://www.agcs.allianz.com/assets/PDFs/Reports/Allianz_Risk_Barometer_2016.pdf/)
2. Skitsko V. I. Information risks of logistics systems / V. I. Skitsko // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». — 2014. — № 811: Логістика. — С. 347–356.
3. Vitlinsky V. V. Risk management in electronic logistics / V. V. Vitlinsky, V. I. Skitsko // Actual Problems of Economics. — 2014. — № 12(162). — Р. 374–384.
4. Кононович В. Г. Моделювання процесів управління ризиками інформаційної безпеки [Електронний ресурс] / В. Г. Кононович, Ю. В. Копитін // Управління розвитком складних систем. — 2013. — № 16. — С. 100–109. — Режим доступу: <http://urss.knuba.edu.ua/files/zbirnyk-16/21.pdf>

Скіцько В. І.

к.е.н., доцент

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»*

Мельник Г. В.

к.е.н.

*Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича*

МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ ВЗАЄМОДІЇ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ІЗ ПОКУПЦЯМИ В ЕЛЕКТРОННІЙ ЛОГІСТИЦІ

Успішне функціонування Інтернет-магазину цілком пов'язане з повним задоволенням його покупців від процесу здійснення покупки, якості продукції, доставки замовлення, додаткових сервісних послуг тощо. У звичайному (традиційному) магазині взаємодія із покупцем є безпосередньою, зокрема, в такому магазині консультант може одразу впливати на вибір покупця, спонукати його до здійснення покупки того чи іншого товару тощо. Резуль-